**ОРГАНІЗАЦІЯ СЛУЖБИ ПІДТРИМКИ ІНОЗЕМНИХ ПАРТНЕРІВ ПІДПРИЄМСТВА**

**ORGANIZATION OF FOREIGN PARTNERS SUPPORT SERVICE OF THE ENTERPRISE**

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри міжнародного менеджменту та інновацій

Ковалик Оксана Анатоліївна.

Здобувач бакалавріату Бібік Дмитро Володимирович

Supervisor: PhD, Associate Professor

Department of International Management and Innovation

Kovalyk Oksana Anatoliivna

Bachelor Bibik Dmytro Vladimirovich

**Анотація:** Робота присвячена розкриттю теми важливості впровадження та організації ефективної та регулярної служби підтримки з іноземними партнерами та клієнтами підприємства на прикладі CRM-системи. Сучасні способи служби підтримки партнерів та клієнтів тепер розглядаються як обличчя компанії, найважливіший компонент продажу, маркетингу та розробки продуктів. Служба підтримки застосовує принципи обслуговування клієнтів для того, щоб надавати їм консультації та допомагати вирішувати проблеми з метою задоволення їх потреб, але, крім того, ще й для виконання функції продажу та підтримання технічної складової.

**Ключові слова:**служба підтримки, способи підтримки іноземних клієнтів та партнерів, CRM-система.

**Annotation:** The work is devoted to the topic of the importance of implementing and organizing an effective and regular support service with foreign partners and customers of the company on the example of CRM-system. Modern methods of partner and customer support are now seen as the face of the company, the most important component of sales, marketing and product development. The support service applies the principles of customer service to advise and help them solve problems in order to meet their needs, but also to perform the function of sales and maintenance of the technical component.

**Keywords:** support service, ways to support foreign customers and partners, CRM-system.

Раніше традиційне обслуговування іноземних клієнтів займало велику частку витрат для переважної більшості підприємств. Обслуговування вимагало, щоб клієнти телефонували в певні робочі години і часто чекали на відповідь фахівця відповідного відділу, чекали схвалення керівництва, щоб мати можливість вирішити якісь проблеми. Середньостатистичному співробітнику такого виду служби підтримки міжнародних клієнтів доводилось мати справу з сотнями телефонних дзвінків. У іноземних клієнтів є запитання чи скарги щодо продуктів чи послуг компанії, і не всі люди мають гарний настрій під час розмови. Спеціалісти колл-центру повинні залишатися спокійними та дружелюбними, навіть якщо іноземні клієнти та партнери поводять себе не відповідаючи нормам ділового етикету. Однак протягом дня співробітник служби підтримки іноземних клієнтів неминуче втомлюється, починає відчувати себе приниженим і починає надавати іноземним клієнтам нижчу якість обслуговування.

Тому багато компаній починають використовувати різні методи та технології для того, щоб знизити потік іноземних клієнтів, які напряму будуть зв’язуватись саме з фахівцем служби підтримки. Найпопулярнішими з них є:

* використання чат-ботів. Багато компаній використовують або планують використовувати чат-боти для створення лояльності іноземних клієнтів за допомогою інтерактивного самообслуговування. Сьогодні боти можуть спілкуватися і між собою для досягнення своїх цілей, іншими словами, вони можуть використовуватися як агенти в системі. Згідно з дослідженням Fialan, майже 2/3 користувачів Інтернету вважають, що цілодобовий сервіс є однією з кращих функцій чат-бота. Таким чином, він стає невід’ємною частиною підвищення досвіду іноземних клієнтів та допомагає їх залучати, так як чат-боти доступні цілодобово, щоб допомогти користувачам в будь-якому з їх запитів [1];
* створення інструменту типу «Питання і відповіді» на сайті або у додатку компанії перед тим, як клієнт захоче звернутись до служби підтримки. Це полегшить роботу агента, тому що багато звернень можуть бути загальними та вони самі зможуть знайти відповідь на своє запитання у цьому розділі, а вже якщо система не знайде для користувача відповідної відповіді, він зможе напряму зв’язатись із спеціалістом для вирішення усіх проблем, які його турбують;
* впровадження CRM-системи. Програмне забезпечення CRM дозволяє користувачам відстежувати взаємодію з потенційними іноземними клієнтами та партнерами, допомагаючи оптимізувати процеси продажу, обслуговування клієнтів, технічної підтримки та маркетингових кампаній. Програмне забезпечення CRM є важливим елементом у відстеженні поведінки та потреб клієнтів, а потім у їх задоволенні.

У цій роботі буде розглянуто, як приклад, така система управління відносинами з іноземними клієнтами, як Kustomer. Kustomer  американський розробник однойменної системи CRM, яка допомагає компаніям спілкуватися з клієнтами через WhatsApp, Facebook Messenger, Twitter, електронну пошту тощо. Сервіс дозволяє компаніям автоматизувати повторювані завдання (включаючи використання чат-ботів), щоб співробітники могли збільшити час і якість взаємодії з клієнтами. Усе управління в Kustomer здійснюється в одній консолі, яка відображає також і додаткову інформацію (наприклад, дані про закупівлю), яка допомагає менеджерам компаній ефективно взаємодіяти з іноземними клієнтами без необхідності відкривати кілька веб-сторінок.

Під час надання підтримки дуже важливим фактором є співпраця усіх відділів, яку можна реалізувати за допомогою цієї системи. Вона розподіляє обов’язки спеціалістів різних відділів, які називаються Live Ops, та надає узькі можливості для кожного сектору, щоб уникати зайвих функцій, які не будуть потрібні при роботі. Але, при цьому, Kustomer дає можливість дивитись чати, або прослуховувати дзвінки робітників суміжних відділів. Під час роботи з клієнтом, наприклад в чаті, де йому надають на даний момент підтримку, за потребою може бути додатково залучений працівник, який співпрацює з іноземними партнерами, для того, щоб вирішити потенційні проблеми клієнта з партнером та надати сумісну допомогу клієнту. Така функція реалізовується через скриті від клієнта повідомлення. Тобто, ця система управління відносинами з клієнтами надає такі переваги:

* створення спеціалізованих ролей адміністратора для кожного відділу з доступом до необхідних для роботи можливостей;
* для фінансової команди надаються індивідуальні дані та транзакції іноземних клієнтів;
* дозвіл агентам, які проходять тренінги та ще не приступили до роботи, оглядати загальну картину системи, але не приступати до розмови з іноземними клієнтами та партнерами, та робити кардинальних змін.

Тарифний план CRM-системи Kustomer складається з двох видів підписок та багатьох додаткових до них можливостей, він призначений для підприємств з різним бюджетом. Цей план включає в себе контракти мінімум на один рік та мінімум з чотирьох користувачів на одному підприємстві. Детальніше цінові пропозиції підписок зображені в табл. 1.

Також компанія пропонує підприємствам застосування додаткових послуг, впровадження штучного інтелекту та інтеграцію з іншими додатками, умови яких розглянуто у табл. 2.

Таблиця 1  Тарифний план Kustomer за видами підписок [2]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва підписки | Ціна | Можливості |
| Enterprise | 89$ за місяць за одного користувача | надання підтримки через електронну пошту, чат, SMS, соціальні мережі та WhatsApp;інтеграція телефонії з CRM-системою; проактивна служба, яка передбачає потребу клієнта до звернення у чат, і пропонує шляхи вирішення проблеми; автоматизація бізнес-процесів за допомогою механізму робочих процесів звіти за типами звернення клієнтів та їх результатами;можливість підтримки на багатьох мовах за допомогою вбудованого перекладача; вимірювання задоволеності клієнтів та партнерів за допомогою оцінок в кінці розмови; робота з системою на п’яти мовах; аналіз настрою клієнтів та партнерів. |
| Ultimate | 139$за місяць за одного користувача | Усі можливості, які надані у Enterprise підписці та додатково: розширена маршрутизація; інформаційна панель «дашборд» в режимі реального часу; аналіз роботи агента, тобто розбір показників, які потрібен виконувати менеджер. Прикладом може бути час, за який він повинен відповісти на перше смс від клієнта, загальний час обробки чату та ін.. необмежена кількість користувачів ; доступ до, так званої,«пісочниці», яка забезпечує безпечне використання програми без вірусів; розширений ліміт швидкості API, за допомогою якої система може взаємодіяти з іншими програмами;  єдиний вхід SAML; установка діапазонів IP. |

Дивлячись на табл. 1 та табл. 2, можна побачити, що CRM-система Kustomer пропонує для користувачів різноманітні послуги та має широку цінову політику. Враховуючи умови контракту, було проаналізовано, що мінімальна сума для впровадження цієї системи управління відносинами з клієнтами складе 4272$ за рік за чотирьох користувачів підприємства. До переваг впровадження можна віднести розширенні можливості та простота у використанні. Система полегшить роботу для агентів служби підтримки та допоможе виявити найчастіші звернення від клієнтів і партнерів.

Як показує практика, утримати постійних клієнтів дешевше, ніж заводити нових. Задоволені клієнти стають відданими покупцями, коли бізнес заслуговує на довіру і забезпечує задовільне обслуговування.

Таблиця 2  Додаткові послуги CRM-системи Kustomer

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва підписки | Ціна | Можливості |
| Штучний інтелект KIQ для самообслуговування клієнтами та партнерами | Безкоштовно для користувачів |  запропонування можливих рішень проблем перед тим, як зв’язатись із спеціалістом служби підтримки; чат-боти для веб- та мобільного чату, SMS і WhatsApp та Facebook Messenger. |
| Штучний інтелект KIQдля агентів | 20$ за місяць за одного користувача |  класифікація звернень клієнтів; необмежена кількість шорткатів для агентів, які допоможуть швидко відповідати на часті запитання; необмежений переклад на усі мови. |
| Збільшення ліміту API | 25$ за місяць за одного користувача | Збільшення кількості транзакцій API до 1000 оборотів/хв. |
| Вдосконалений єдиний вхід SAML | 10$ за місяць за одного користувача | Вхід до Kustomer через свого провайдера SAML 2.0. |
| AmazonConnect | 49$ за місяць за одного користувача | AmazonConnect забезпечує індивідуальний голосовий інтерфейс за допомогою персоналізованих гілок IVR, одночасно підвищуючи продуктивність контакт-центру за допомогою єдиної багатоканальної платформи підтримки для передачі голосу, електронної пошти, текстових повідомлень, чатів та соціальних повідомлень. |

Дослідження із Forbes показують, що ймовірність того, що задоволені клієнти повернуться та зроблять нові покупки, становить від 60% до 70% [3]. Тому службу підтримки потрібно вдосконалювати та полегшувати роботу агентам, які виконують цю морально тяжку працю для того, щоб вони працювали більш продуктивно. Одним із методів покращення є впровадження CRM-системи, яка буде не тільки оптимізувати усі процеси, а також аналізувати результати кожної розмови для того, щоб надалі таких проблем залишалось менше.

Література

1. Чат-боти у сфері логістики. 2020. URL: <https://fialan.ua/ua/news/vagno-znat/chat-boti-v-sferi-logistiki/>.
2. Офіційний сайт Kustomer. URL: https://www.kustomer.com/.
3. Modern Customer Service // ForbesInsights. 2015. С. 4-30. URL: https://www.oracle.com/webfolder/s/delivery\_production/docs/FY15h1/doc9/Forbes-Report -Final-Web.pdf.